ENREGISTREMENT SONORE

optique culture

numéro 47 mai 2016

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2015

CLAUDE FORTIER *chargé de projet, OCCQ*

Faits saillants de 2015

- Les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) sont de 8,5 millions d'unités en 2015, en baisse de 3 % par rapport à 2014.
- Les ventes de CD sont en baisse, les albums numériques en hausse de 1 % et les pistes numériques en recul de 4 %.

Les produits québécois

- La part des produits québécois en équivalent d'albums se situe à 41 % pour 2015 (42 % en 2014).
- Cette « part québécoise » est de 52 % pour les ventes de CD et de 22 % pour les produits numériques (30 % pour les albums numériques et 8 % pour les pistes numériques).

Les produits en français

- Les produits en français représentent 30 % des produits vendus, un résultat similaire à la moyenne des cinq dernières années (31 %).
- La part des produits en français est de 37 % pour les CD, 23 % pour les albums numériques, et 9 % pour les pistes numériques.
- Au sein des albums québécois, la part de marché des albums en français est de 66 %, en baisse pour une troisième année consécutive.

Ce bulletin présente une analyse des statistiques relatives aux ventes d'enregistrements sonores[1] pour la période 2002 à 2015. L'analyse porte sur les ventes d'albums sur supports physique (CD) et numérique et de pistes musicales numériques ainsi que sur la répartition de ces ventes selon la provenance nationale et la langue des enregistrements.

1. Les enregistrements sonores comprennent les enregistrements audio (albums et pistes) et les enregistrements vidéo à caractère musical (DVD et Blu-ray).

Québec

Table des matières

3 La vente de produits numériques stagne

7 Baisse des parts de marché pour les produits québécois

10 La part des produits en français en baisse sur les différents supports

13 Synthèse des ventes

14 Les palmarès

18 Musique diffusée en continu : le chaînon manquant

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
—	Néant ou zéro

Notes méthodologiques

Source

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan concernant le marché québécois. Les résultats annuels présentés ici sont basés sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types (selon l'origine nationale et selon la langue) sont exprimées en pourcentage, sauf exception. Ces statistiques sont produites après l'examen des 500 titres les plus vendus au Québec durant l'année et elles ne couvrent donc pas l'ensemble des ventes d'enregistrements sonores. Les ventes de ces 500 titres représentent environ 50 % des ventes pour les CD, 45 % pour les albums numériques et 30 % pour les pistes numériques.

Formats et supports

Les enregistrements de musique se présentent sous deux formats, soit les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique (les vinyles, les cassettes et les CD) et les albums numériques. Cependant, comme le CD représente la quasi-totalité des ventes sur support physique, cette appellation sera utilisée pour parler de ceux-ci afin d'alléger le texte. Les pistes regroupent les disques monoplages (*singles* sur CD) et les pistes numériques téléchargées. Afin d'illustrer adéquatement la transformation du marché avec la croissance des ventes de pistes numériques au cours de la dernière décennie, celles-ci sont comptabilisées en « équivalent d'albums » selon un ratio de treize pistes pour un album. Cette méthode rend plus commode le suivi de l'évolution du marché d'une année à l'autre. Le ratio de conversion utilisé, treize pistes pour un album, est celui de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

Des données hebdomadaires sur les ventes d'enregistrements sonores sont disponibles sur le site Web de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement sonore peut être considéré comme québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel. Sur le plan artistique, l'origine de l'artiste, du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mise de l'avant[2] par l'emballage et la mise en marché détermine l'origine de l'enregistrement. Sur le plan industriel, l'origine de la maison de disques qui a commercialisé le produit[3] détermine l'origine du produit. Une maison de disques québécoise est une maison dont le siège social se situe au Québec.

Pour les compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. La même logique s'applique pour un collectif d'artistes de diverses origines ; l'album sera classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

2. Peut être mis de l'avant : un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer qui est l'artiste ou l'instance mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette du CD. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes.
3. De 2003 à 2005, l'OCCQ se basait plutôt sur l'étiquette pour déterminer l'origine industrielle d'un enregistrement, une notion apparentée à celle de maison de disques, sans être identique.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, Claude (2016). « Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2015 », *Optique culture*, nº 47, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, mai, 20 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

La vente de produits numériques stagne

En 2015, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums[4] s'élèvent à 8,5 millions (–3 % par rapport à 2014), soit 5,5 millions de CD (–3 %), 2,0 millions d'albums numériques (+ 1 %) et 14,1 millions de pistes numériques (–4 %) (tableau 1).

Les résultats de 2015 poursuivent la tendance observée en 2014, soit la diminution des ventes de CD amorcée il y a onze ans, une certaine stabilisation des ventes d'albums numériques et un recul des ventes de pistes numériques (– 17 % en deux ans). Cette nouvelle situation observée ces deux dernières années pourrait s'expliquer par la croissance des services d'écoute de musique diffusée en continu (ou en *streaming*) tels Apple Music, Spotify, etc. Selon les analyses de l'industrie, aux États-Unis, en 2015, les revenus pour ce service[5] ont connu une croissance de 47 %. Ce mode de consommation musicale représente maintenant la principale source de revenus de l'industrie de la musique, avec 34,3 %, devant le téléchargement numérique (34,0 %), les produits physiques (28,8 %) et les droits de synchronisation[6] (2,9 %)[7]. Selon l'industrie, le nombre d'écoutes de musique diffusée en continu est en hausse de 83 %, pour s'établir à 144,9 milliards en 2015 aux États-Unis[8].

Tableau 1 **Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2006 à 2015**

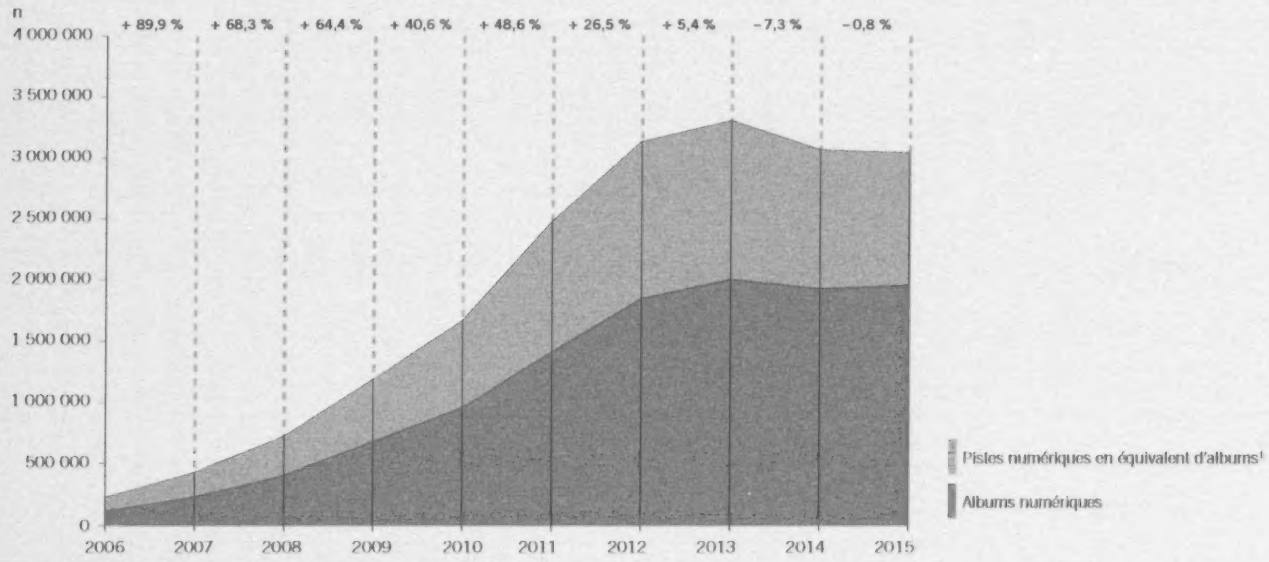
	2006	2007	2008	2009[1]	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Variation 2015/2014
						k					%
Enregistrements audio en équivalent d'albums[2]	12 245,6	11 698,0	10 056,2	10 470,0	9 850,6	10 314,1	10 296,9	9 444,4	8 766,3	8 549,0	–2,5
Ensemble des albums	12 129,7	11 498,4	9 739,4	9 965,1	9 138,0	9 246,1	9 005,6	8 140,4	7 627,5	7 459,6	–2,2
Albums sur support physique[3]	12 017,6	11 268,5	9 334,1	9 283,0	8 178,9	7 830,5	7 157,9	6 137,5	5 699,4	5 504,3	–3,4
Albums numériques	112,1	229,9	405,3	682,1	959,1	1 415,6	1 847,7	2 002,9	1 928,1	1 955,3	1,4
Ensemble des pistes	1 507,2	2 595,0	4 118,1	6 563,9	9 263,6	13 883,8	16 787,1	16 951,6	14 804,6	14 161,8	–4,3
Pistes numériques téléchargées	1 476,1	2 581,5	4 108,2	6 550,7	9 213,9	13 817,7	16 729,7	16 929,1	14 770,2	14 114,9	–4,4
Disques monoplages (*singles*)	31,1	13,5	9,9	13,2	49,7	66,1	57,4	22,5	34,4	46,9	36,3
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	785,1	752,9	540,7	390,1	495,5	273,5	269,6	239,7	175,9	108,0	–38,6

1. L'année 2009 a été une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.
2. Dans les calculs, 13 disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

4. À partir de ce point, afin d'alléger le texte, nous allons utiliser l'expression « enregistrement audio » pour parler d'enregistrements audio en équivalent d'albums.
5. Les revenus de l'écoute en continu incluent les abonnements à un service de musique (Spotify, Apple Music), les redevances versées par les services de radio numériques (Pandora, SiriusXM et autre radio sur Internet) et les recettes publicitaires des services gratuits (YouTube, Spotify).
6. Redevances provenant de l'utilisation d'une œuvre musicale sur la bande sonore d'une œuvre audiovisuelle (film, émission de télévision, vidéo de musique, jeu vidéo, annonce publicitaire).
7. Source : Recording Industry Association of America.
8. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

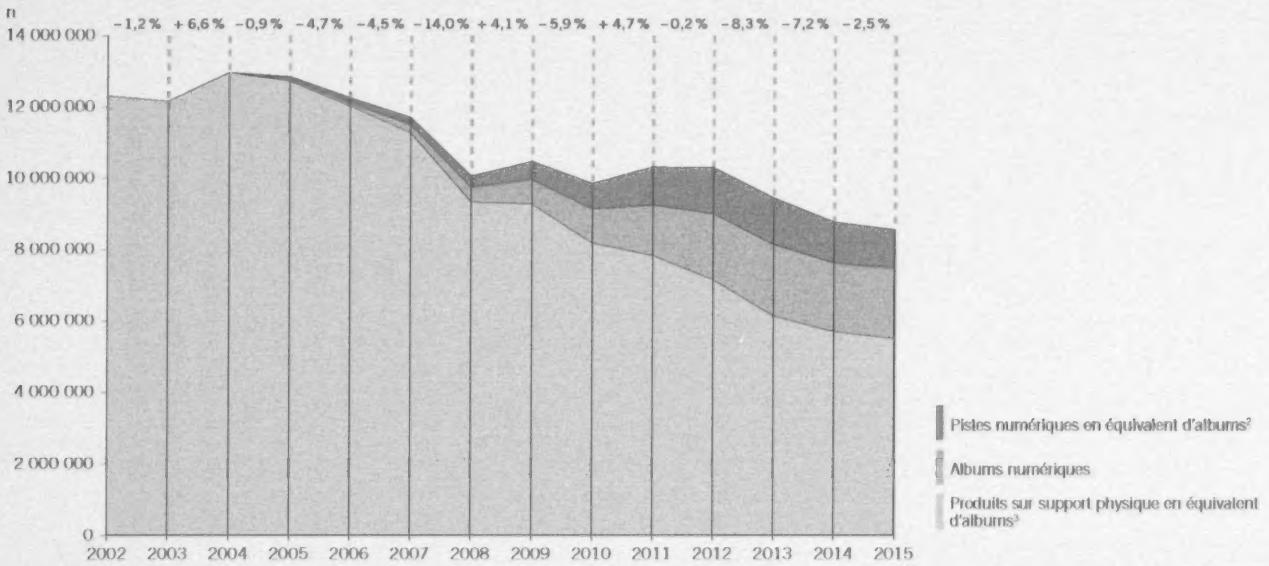
Figure 1 **Ventes d'enregistrements audio numériques selon le type de produit et variation annuelle des ventes, Québec, 2006 à 2015**



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Figure 2 **Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit[1] et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2015**



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les albums et les disques monoplages (13 disques monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.

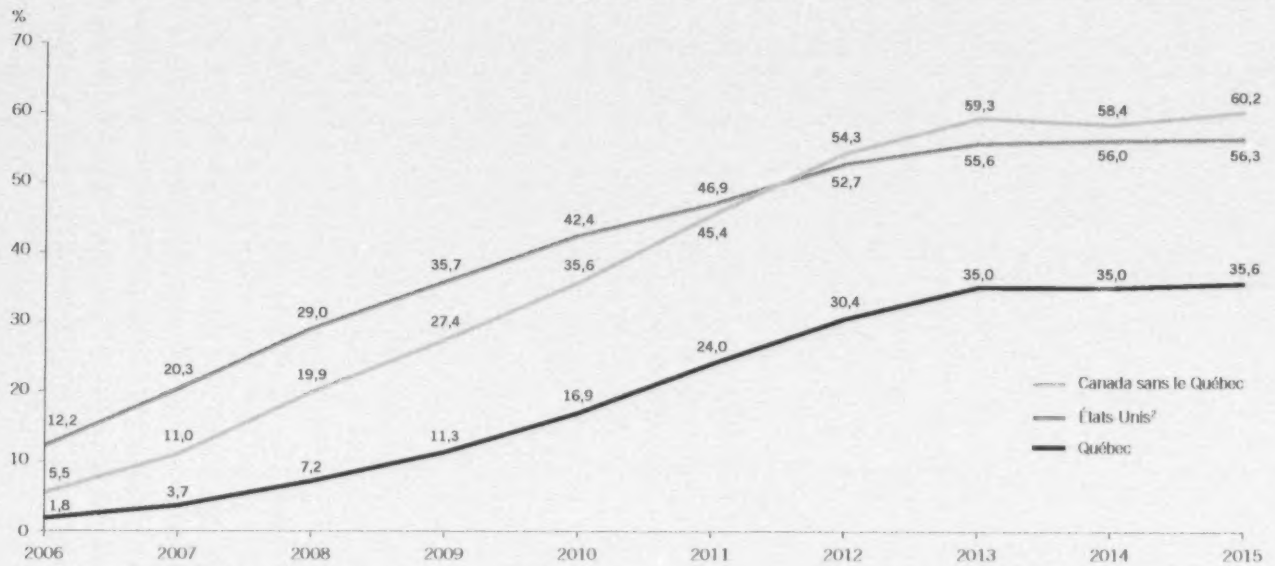
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Les données de l'industrie pour le Canada indiquent qu'en 2014, les revenus pour l'écoute de musique diffusée en continu sont en hausse de 25 % comparativement à une baisse de 8 % pour ceux de la vente d'albums et de pistes numériques[9]. Les données sur les ventes de produits musicaux, analysées annuellement dans ce bulletin depuis 2008, ont montré que la part de marché occupée par les produits numériques a toujours été plus importante aux États-Unis et dans le reste du Canada qu'au Québec, mais qu'elle progresse au même rythme (figure 3). Dans ces conditions et malgré le fait qu'aucun chiffre portant uniquement sur le Québec n'est disponible concernant l'écoute de musique diffusée en continu, il est sensé de faire l'hypothèse que le même scénario va se réaliser pour cette pratique, c'est-à-dire une croissance au Québec dans les prochaines années, comme c'est déjà le cas dans le reste de l'Amérique du Nord.

La baisse des ventes des produits numériques au cours des deux dernières années, principalement les pistes numériques, pourrait s'expliquer par le fait que les grands consommateurs de musique numérique, pour des raisons économiques et de simplification d'usage, se tournent maintenant vers l'abonnement à un service de musique en continu. Ce service offre, pour une dizaine de dollars par mois ou même gratuitement en échange de publicités, un accès illimité à des millions de titres.

Le marché des albums numériques semble légèrement différent, car les ventes, après une forte croissance, se maintiennent au lieu de chuter. L'adoption du numérique par un certain nombre de consommateurs de CD, qui vient compenser la perte des consommateurs faisant le passage vers l'écoute de musique diffusée en continu, pourrait expliquer la stabilité des ventes d'albums numériques. La part des albums numériques dans l'ensemble des albums vendus représentait 2 % des ventes en 2007 et 25 % en 2013, mais depuis ce temps, cette part s'est stabilisée (figure 1).

Figure 3 **Part des produits numériques[1] dans le marché des ventes au détail d'enregistrements audio selon la région, 2006 à 2015**



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
2. Pour les États-Unis, les données utilisées sont celles sur les ventes publiées par Nielsen SoundScan, à l'exception des données sur les pistes numériques, qui proviennent des données de la Recording Industry Association of America sur le nombre de copies distribuées par les maisons de disques "*manufacturers unit shipments*".

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
France - Snep, États-Unis - Nielsen SoundScan et RIAA.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

9. Source : Music Canada.

Du côté du CD, après plus de dix ans de baisse continue, les ventes, 5,5 millions en 2015, sont en recul de 58 % par rapport au sommet enregistré en 2004 (13,0 millions d'unités vendues). Malgré cette impression d'assister au crépuscule du CD, celui-ci représente toujours 64 % des ventes d'enregistrements audio au Québec en 2015 (tableau 2). À titre comparatif, dans le reste du Canada, les ventes de CD sont passées de 36,6 millions en 2004 à 10,2 millions en 2015, soit une baisse de 72 %[10] et le CD occupe maintenant 40 % du marché.

Tableau 2 **Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le type de produit, Québec, 2011 à 2015**

	2011	2012	2013	2014	2015
			%		
Produits sur support physique en équivalent d'albums[1]	76,0	69,6	65,0	65,2	64,4
Albums numériques	13,7	17,9	21,2	21,9	22,9
Pistes numériques en équivalent d'albums[2]	10,3	12,5	13,8	12,9	12,7
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluant les albums et les monoplages (13 monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.
2. Dans les calculs, 13 disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.

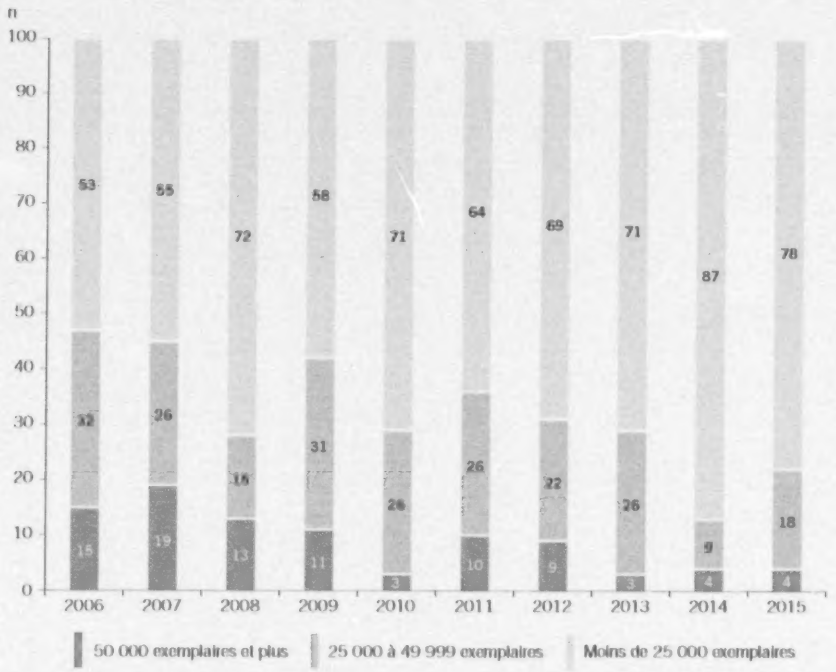
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les 100 albums les plus populaires : tendance à la baisse des ventes

Avec la quasi-disparition des disques monoplages (*singles*), les ventes d'albums étaient, pendant quelques décennies, l'étalon à partir duquel se mesurait le succès commercial dans l'industrie musicale. La baisse des ventes de CD et l'arrivée des pistes numériques ont semblé mettre en péril la place centrale de l'album. Cependant, depuis 2011, la part des albums (CD + numériques) dans les ventes se maintient autour de 87 %, ce qui en fait encore un élément significatif de l'industrie musicale.

La baisse des ventes des albums au cours de la dernière décennie se reflète sur le nombre d'exemplaires vendus des titres au sommet du palmarès. En effet, le nombre d'albums vendus à 25 000 exemplaires ou plus s'élevait à 57 en 2005, pour maintenant s'établir à 22 en 2015. Alors qu'une vingtaine d'albums franchissaient le cap des 50 000 exemplaires vendus il y a une dizaine d'années, seulement quatre dépassent ce seuil en 2015 (figure 4).

Figure 4 **Répartition des 100 albums les plus vendus selon le nombre d'exemplaires vendus, Québec, 2006 à 2015**



Note de lecture : En 2015, parmi les 100 albums les plus vendus, 4 se sont écoulés à 50 000 exemplaires et plus, 18 entre 25 000 et 49 999 exemplaires et 78 à moins de 25 000 exemplaires.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Les vidéos musicales : un marché de plus en plus marginal

En raison de la baisse des ventes de CD, la vente de cassettes VHS et plus tard de DVD d'une captation d'un spectacle a été considérée par l'industrie musicale comme une source additionnelle de revenus. Cependant, depuis quelques années, les ventes de vidéos musicales subissent une chute encore plus rapide que le CD, pour se situer, en 2015, à un peu plus de 100 000 unités vendues, soit une baisse de 86 % depuis le sommet de 2006. Ce phénomène peut être lié au succès de sites comme YouTube et Dailymotion, où se retrouvent une grande diversité de vidéos musicales (tableau 1).

10. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Baisse des parts de marché pour les produits québécois

En moins de deux décennies, le marché musical a vu le CD prendre le haut du pavé sur la cassette et le vinyle au milieu des années 1990, pour ensuite voir sa suprématie affaiblie successivement par le téléchargement numérique illégal, le téléchargement numérique légal, la disponibilité de pistes individuelles et maintenant l'écoute de musique diffusée en continu.

Dans ces conditions, les artistes et les maisons de disques québécois ont réussi, depuis le début des années 2000, à faire en sorte que la moitié des CD vendus au Québec soient des produits québécois, en s'appuyant sur un réseau de distribution québécois et la mise en valeur des artistes d'ici dans les médias québécois. Les mutations du marché, avec le recul du CD et la croissance des produits numériques, conduit à l'effritement de la part de marché des maisons de disques québécoises. Depuis la diffusion des premières données sur les ventes de produits numériques, le constat est sans appel : les produits québécois représentent, dans les meilleures années, le tiers des ventes d'albums numériques et en deçà de 10 % des ventes de pistes numériques.

Depuis le début de l'analyse des données de Nielsen SoundScan par l'Observatoire, la part de marché détenue par les produits québécois[11] en équivalent d'albums oscille entre un sommet de 51 % en 2004, avant l'arrivée des produits numériques, à un creux de 38 % en 2013. Après avoir été à la baisse de 2010 à 2013, cette part québécoise semble maintenant se stabiliser autour de 40 %. Ce résultat pourrait s'expliquer par le plafonnement des ventes de produits numériques, en baisse de 8 % par rapport à 2013 (tableau 3).

Tableau 3 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1] selon le type de support, Québec, 2013 à 2015**

	2013	2014	2015
	%		
Dimension artistique[2]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	35,4	39,6	38,5
Ensemble des albums	40,8	45,5	44,5
Albums sur support physique[4]	44,6	48,8	47,7
Albums numériques	26,4	31,1	29,7
Pistes numériques téléchargées	6,1	8,1	7,7
Dimension industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	31,2	36,0	38,8
Ensemble des albums	35,9	41,5	44,8
Albums sur support physique[4]	39,5	44,5	48,5
Albums numériques	22,6	27,5	28,5
Pistes numériques téléchargées	5,1	7,4	8,0
Dimensions artistique[2] ET industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	28,2	33,4	35,9
Ensemble des albums	32,4	38,4	41,5
Albums sur support physique[4]	35,5	41,1	44,3
Albums numériques	21,1	26,0	28,0
Pistes numériques téléchargées	4,5	7,0	7,5
Dimensions artistique[2] OU industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	38,4	42,3	41,4
Ensemble des albums	44,3	48,6	47,9
Albums sur support physique[4]	48,6	52,2	51,9
Albums numériques	27,9	32,6	30,2
Pistes numériques téléchargées	6,7	8,5	8,2

1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. La dimension artistique d'un enregistrement audio se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
3. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
4. Incluant les CD et les disques vinyles.
5. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

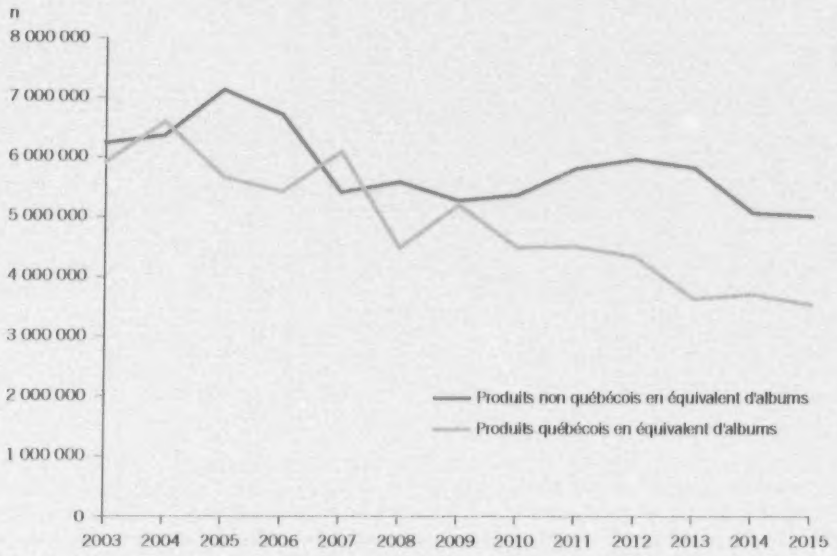
11. Pour être considéré comme québécois, un produit doit être artistiquement québécois (origine de l'artiste) ou industriellement québécois (origine de ma maison de disques).

Connaissant le pourcentage du marché détenu par les produits québécois, il est possible d'estimer le nombre d'unités vendues de produits québécois, exprimé en équivalent d'albums[12]. Après un sommet à 6,4 millions en 2004, ces ventes ont été en moyenne de 3,9 millions entre 2011 et 2015 et de 5,5 millions pour les produits non québécois (figure 5). La hausse des ventes d'albums numériques québécois (+ 497 000 unités) et de pistes numériques québécoises (+ 69 000 unités en équivalent d'albums) entre 2008 et 2015 n'a pu compenser la baisse des ventes de CD québécois (– 1,5 million d'unités) durant cette période.

Les produits québécois se subdivisent en trois catégories : les CD, les albums numériques et les pistes numériques. Pour le CD, la part de marché des produits québécois est de 50 % en moyenne depuis 2008, comparativement à 47 % de 2003 à 2007, au moment où les produits numériques étaient quasi inexistants. En 2015, cette part est de 52 %, soit 2,9 millions d'unités environ (– 4 % par rapport à 2014).

Les productions musicales québécoises font face à une vive concurrence dans l'univers dématérialisé qu'est Internet. Cela se confirme avec la place occupée par les albums numériques québécois et encore plus avec celle des pistes numériques. Pour les albums numériques, la part des produits québécois se situe à 30 %, soit des ventes estimées à 590 000 unités. Cette part est en baisse par rapport à 2014 (33 %) en raison de la diminution des ventes d'albums québécois (– 6 %) et de la hausse des ventes d'albums non québécois (+ 5 %). Depuis 2008, la part de marché des pistes québécoises demeure marginale, et 2015 ne fait pas exception, avec 8 % du marché de la piste, pour des ventes estimées à 1,2 million de pistes. La baisse des ventes touche à la fois les pistes québécoises (– 7 %) et les pistes étrangères (– 4 %) (figure 6). En somme, la part des produits québécois dans le marché du numérique atteint 22 % (albums et pistes combinés), alors qu'elle se situe à 52 % dans le marché du CD.

Figure 5 **Ventes en équivalent d'albums[1,2] selon la provenance, Québec, 2003 à 2015**



1. La qualité d'unités vendues a été estimée à partir de la répartition des ventes selon la provenance des 500 albums CD les plus vendus, les 500 albums numériques les plus vendus et les 500 pistes numériques les plus vendues, chaque année.
2. Dans les calculs, 13 disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 4 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'albums[1,2], Québec, 2006 à 2015**

Année	Dimension artistique[3]	Dimension industrielle[4]	Dimensions artistique[3] ET industrielle[4]	Dimension artistique[3] OU industrielle[4]
	%			
2006	41,2	41,1	37,6	44,7
2007	46,6	44,8	38,4	53,0
2008	41,4	40,9	36,1	46,2
2009	48,4	48,9	44,9	52,4
2010	45,1	42,0	37,7	49,5
2011	47,4	43,4	42,0	48,8
2012	45,8	38,6	36,1	48,3
2013	40,8	35,9	32,4	44,3
2014	45,5	41,5	38,4	48,6
2015	44,5	44,8	41,5	47,9

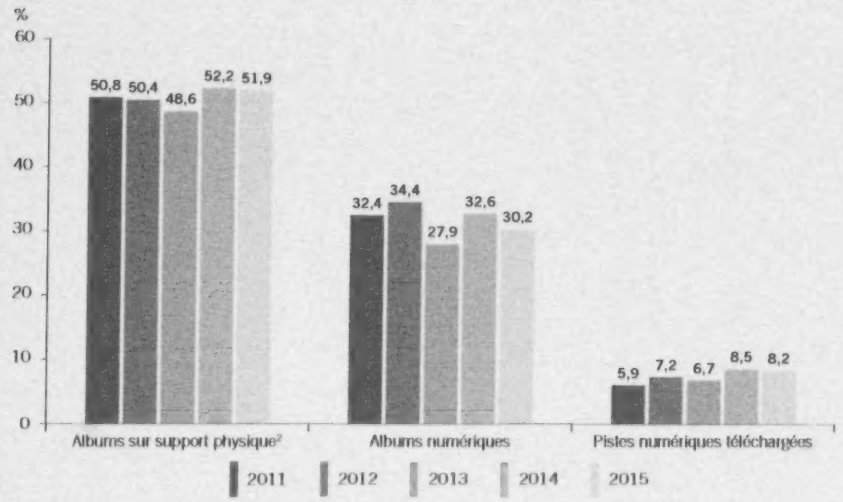
1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
4. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

12. Afin d'estimer les ventes totales de produits québécois, la part de marché de ces produits parmi les 500 meilleurs vendeurs a été appliquée à l'ensemble des ventes (en nombre d'unités vendues). Cette méthode, comme l'a déjà démontré Claude Martin (bulletin *Statistiques en bref*, n° 23) tend à exagérer le poids des albums québécois. En effet, comme les titres québécois se retrouvent souvent en plus grand nombre dans le haut du palmarès, le nombre des produits québécois vendu serait ainsi surestimé. Cependant, notre échantillon (les 500 albums les plus vendus) représente quand même la moitié des ventes totales annuelles, et cette surestimation demeure donc minime.

Figure 6 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1], selon le type de support, Québec, 2011 à 2015**

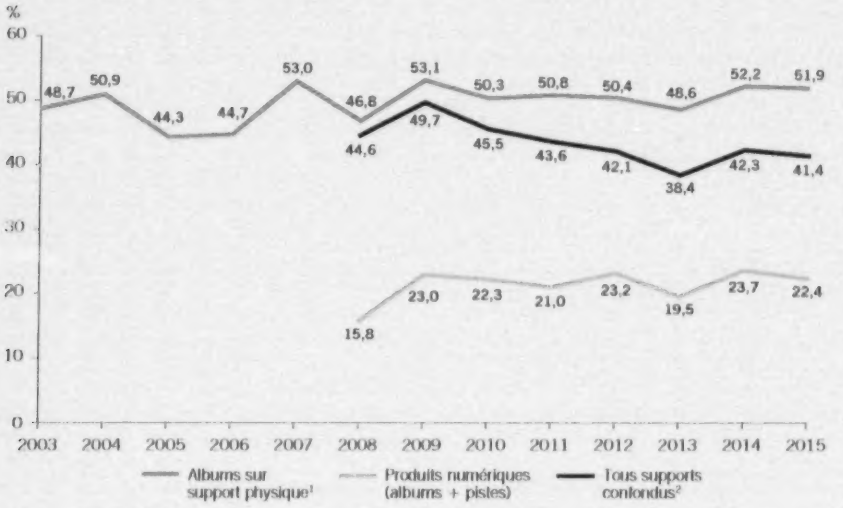


1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 7 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2015**



1. Incluant les CD et les disques vinyles.
2. Excluant les disques monoplages.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

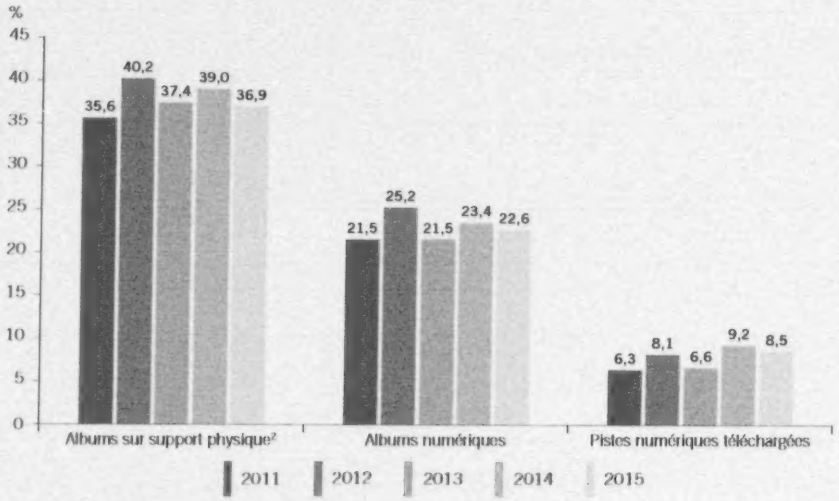
Compilation : En 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La part des produits en français en baisse sur les différents supports

Outre la part des produits nationaux dans les ventes, la place des produits en français est un élément digne d'intérêt pour l'industrie musicale québécoise, dans un marché où l'offre est largement dominée par la langue anglaise. En 2015, la part des produits en français se situe à 30 % pour l'ensemble des supports, soit 37 % pour le CD (39 % en 2014), 23 % pour les albums numériques (23 % en 2014) et 9 % pour les pistes numériques (10 % en 2014) (figure 8).

De 2003 à 2007, à l'époque où le CD avait le quasi-monopole des ventes, 39 % des CD vendus étaient en français, avec un creux à 34 % en 2002 et un sommet de 44 % en 2004. Depuis 2008 et le succès progressif des produits numériques, la part du français dans les ventes se situe à 36 % pour le CD et à 16 % pour les produits numériques, pour une moyenne globale de 31 %. L'offre des produits numériques a non seulement fait baisser la part de marché des produits québécois, mais aussi celle des produits en français. Ces deux types de catégories de produits sont étroitement liés, les produits québécois étant majoritairement en français et vice-versa (figure 9).

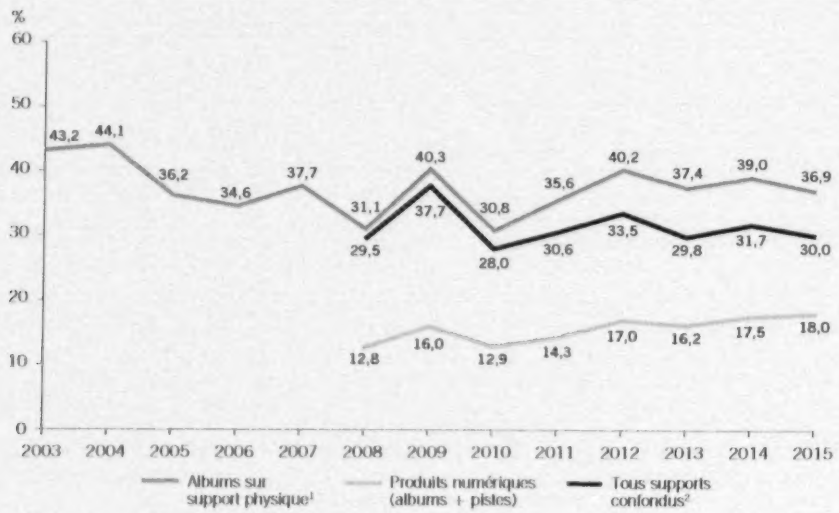
Figure 8 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistements audio[1], selon le type de support, Québec, 2011 à 2015**



1. La part des ventes dévolue aux enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 9 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2015**



1. Incluant les CD et les disques vinyles.
2. Excluant les disques monoplages.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 5 **Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement[1], Québec, 2013 à 2015**

	Albums sur support physique[2]			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus[3]		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
	%											
Enregistrements audio québécois[4]												
En français	35,4	36,0	34,5	19,4	20,5	20,8	5,5	6,8	7,2	27,9	28,8	27,9
En anglais	11,3	13,9	15,8	7,9	11,6	8,9	1,2	1,7	1,0	9,2	11,8	12,3
Dans une autre langue ou sans paroles	1,9	2,3	1,7	0,5	0,5	0,4	0,0	0,0	0,0	1,4	1,6	1,2
Enregistrements audio non québécois												
En français	2,0	3,0	2,5	2,1	2,9	1,7	1,1	2,5	1,3	1,9	2,9	2,2
En anglais	48,6	42,9	44,2	68,3	62,7	66,7	89,6	87,5	89,3	58,5	53,0	55,1
Dans une autre langue ou sans paroles	0,8	1,9	1,4	1,7	1,8	1,4	2,6	1,6	1,2	1,2	1,8	1,4
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.
3. Incluant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.
4. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 6 **Répartition des ventes d'albums[1] selon la provenance et la langue d'enregistrement[2], Québec, 2006 à 2015**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	%									
Enregistrements audio québécois[3]										
En français	32,5	36,5	29,2	39,3	28,4	32,7	36,5	32,1	33,1	31,7
En anglais	9,5	11,5	13,0	10,4	15,5	12,3	9,2	10,7	13,6	14,7
Dans une autre langue ou sans paroles	2,6	5,0	3,9	2,7	5,5	3,7	2,6	1,5	1,9	1,5
Enregistrements audio non québécois										
En français	2,0	1,3	1,4	0,6	1,7	1,2	1,3	2,0	2,7	2,0
En anglais	51,4	43,2	50,6	45,8	46,7	48,5	48,9	52,7	46,9	48,8
Dans une autre langue ou sans paroles	1,9	2,6	1,8	1,2	2,2	1,5	1,5	0,9	1,9	1,3
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. La répartition selon la langue (en unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

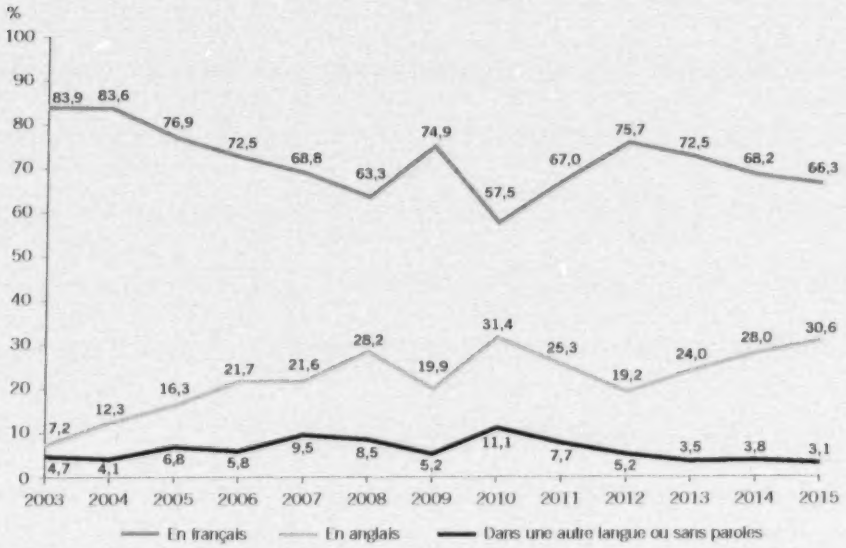
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Marché de l'album québécois : la langue française en baisse

La place du français dans les ventes d'albums québécois est un autre indicateur intéressant. Il est cependant important de rappeler qu'il est question ici de la *demande* de produits québécois en français, soit ce que le consommateur a décidé d'acheter, et non pas de l'offre ou de la disponibilité de produits en français. Bien entendu, celle-ci joue sur la demande, mais les choix des consommateurs sont influencés par une multitude d'autres facteurs.

Depuis 2003, la part des albums en français au sein des ventes d'albums québécois oscille entre 58 % et 76 %, mais demeure en baisse depuis trois ans, étant passée de 76 % en 2012 à 66 % en 2015. La part des albums anglophones parmi les ventes d'albums québécois passe de 28 % en 2014 à 31 % en 2015. Cette hausse s'explique entre autres par les succès des albums *Yoan* de Yoan, *Forever Gentlemen* (artistes variées) et *Roses* de Cœur de pirate (figure 10).

Figure 10 **Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2003 à 2015**



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Synthèse des ventes

En tenant compte du format (album ou disque monoplage/piste), du support (physique ou numérique), de la provenance (québécoise ou non québécoise) et de la langue (française, anglaise ou autre), il est possible de décortiquer plus finement les résultats afin d'expliquer pourquoi il y a eu une légère baisse des parts que détiennent les produits québécois et francophones au sein des ventes d'enregistrements sonores.

En équivalent d'albums, les ventes ont diminué de 220 000 unités en 2015. Ce résultat s'explique par les résultats de ventes estimés suivants :

- CD québécois francophone : – 160 000 unités ;
- CD québécois dans une autre langue : – 35 000 unités ;
- albums numériques québécois en anglais : – 50 000 unités ;
- CD non québécois en français : – 35 000 unités ;
- CD non québécois dans une autre langue ou sans paroles : – 30 000 unités.

La hausse des ventes de certains produits a compensé en partie ces baisses :

- CD québécois en anglais : + 75 000 unités ;
- albums numériques non québécois en anglais : + 95 000 unités.

En somme, la baisse des parts de marché respectives des produits québécois et des produits francophones s'explique dans les deux cas, principalement, par le recul des ventes pour les CD québécois francophones estimé à 160 000 unités. Dans le cas de la langue, il faut ajouter la hausse des ventes de CD québécois en anglais et d'albums numériques non québécois en anglais.

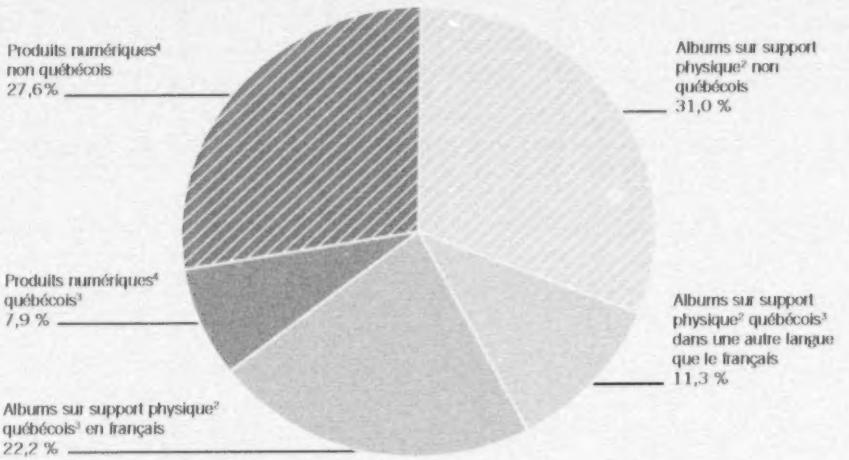
Tableau 7 **Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums[1]) selon la provenance, le type de support et la langue, Québec, 2004 et 2013 à 2015**

	2004	2013	2014	2015
	%			
Enregistrements audio québécois[2]				
Albums sur support physique[3] en français	42,6	23,0	23,4	22,2
Albums sur support physique[3] dans une autre langue	8,3	8,6	10,5	11,3
Albums numériques	—	5,9	7,2	6,9
Pistes numériques téléchargées	—	0,9	1,1	1,0
Enregistrements audio non québécois				
Albums sur support physique[3] en anglais	46,7	31,6	27,9	28,4
Albums sur support physique[3] dans une autre langue	2,4	1,8	3,2	2,5
Albums numériques	—	15,3	14,8	16,0
Pistes numériques téléchargées	—	12,9	11,9	11,7
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
2. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
3. Incluant les CD et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 11 **Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums[1]) selon le type de support, la provenance et la langue, Québec, 2015**



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
2. Incluant les CD et les disques vinyles.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.
4. Incluant les albums numériques et les pistes numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les palmarès

Le lecteur découvrira, dans les tableaux 8 à 11 de ce bulletin, quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2015.

Palmarès des albums

En 2015, sept œuvres d'artistes ou de maisons de disques québécois se retrouvent parmi les dix albums les plus vendus. Parmi les albums occupant les 50 premières places du palmarès au terme de la dernière année, on compte 27 produits québécois (25 en 2014) et 18 produits dont la langue d'enregistrement est le français (18 en 2014). Globalement, la présence des albums québécois s'est maintenue en 2015 (tableau 8).

Palmarès des albums québécois

Parmi les 50 albums québécois les plus vendus en 2015, 36 ont le français comme langue d'enregistrement (31 en 2014), 13 l'anglais (18 en 2014) et un album, *Ludovico Einaudi : Portrait* d'Angèle Dubeau & la Pietà, est composé de pièces instrumentales (1 en 2014). Comme chaque année, les meilleurs vendeurs parmi les albums québécois sont des albums en français, mais en 2015 des albums en anglais se glissent dans le haut du palmarès québécois (trois des quatre premières places) (tableau 9).

Palmarès des albums numériques

Parmi les vingt albums numériques les plus vendus au Québec en 2015, cinq sont des enregistrements sonores québécois (dix en 2014) et trois ont le français comme langue d'enregistrement (sept en 2014). En considérant les 50 premières positions, le nombre d'albums numériques québécois est de 16, un résultat identique à 2014 (tableau 11).

Palmarès des pistes numériques

Le palmarès des vingt pistes numériques les plus téléchargées en 2015 illustre clairement la faiblesse des ventes de la musique québécoise sur ce format, car on n'y trouve aucune création d'ici. La première piste québécoise, *Oublie-moi (Carry on)* de Cœur de pirate, se situe à la 27e position. À l'intérieur du palmarès des 500 pistes les plus vendues, seulement 65 pistes sont québécoises (71 en 2014) (tableau 11).

Tableau 8 **Liste des albums les plus vendus[1], Québec, 2015**

Rang	Titre[2]	Artiste[2]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	25	Adele	Anglais	Autre	Autre
2	**À Paradis City**	**Jean Leloup**	**Français**	**Québec**	**Québec**
3	**Yoan**	**Yoan**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
4	**Forever Gentlemen**	**Artistes variés**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
5	**Roses**	**Cœur de pirate**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
6	**L'Album du peuple – Tome 10**	**François Pérusse**	**Français**	**Québec**	**Québec**
7	**Patsy Cline**	**Brigitte Boisjoli**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
8	Wallflower	Diana Krall	Anglais	Autre	Autre
9	X	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
10	**Et maintenant... Bécaud**	**Mario Pelchat**	**Français**	**Québec**	**Québec**
11	**Les grandes artères**	**Louis-Jean Cormier**	**Français**	**Québec**	**Québec**
12	Drones	Muse	Anglais	Autre	Autre
13	**Laisse-moi te dire**	**Paul Daraîche**	**Français**	**Québec**	**Québec**
14	**Where I Belong**	**Bobby Bazini**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
15	**Nous autres**	**2Frères**	**Français**	**Québec**	**Québec**
16	In The Lonely Hour	Sam Smith	Anglais	Autre	Autre
17	**La Voix III**	**Artistes variés**	**Français**	**Québec**	**Québec**
18	Fifty Shades Of Grey	Artistes variés	Anglais	Autre	Autre
19	Purpose	Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
20	**Octobre**	**Les Cowboys Fringants**	**Français**	**Québec**	**Québec**
21	**Talk to Me**	**Kevin Bazinet**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
22	A Head Full Of Dreams	Coldplay	Anglais	Autre	Autre
23	Smoke + Mirrors	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
24	1989	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre
25	**22h22**	**Ariane Moffatt**	**Français**	**Québec**	**Québec**
26	**Love Songs For Robots**	**Patrick Watson**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
27	Beauty Behind The Madness	The Weeknd	Anglais	Autre	Autre
28	**Plus tard qu'on pense**	**Fred Pellerin**	**Français**	**Québec**	**Québec**
29	**Sun Leads Me On**	**Half Moon Run**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
30	Just The Hits 2015	Artistes variés	Anglais	Autre	Autre
31	Wilder Mind	Mumford & Sons	Anglais	Autre	Autre
32	**Les Années 1992-1995**	**Les Colocs**	**Français**	**Québec**	**Autre**
33	**Paris tristesse**	**Pierre Lapointe**	**Français**	**Québec**	**Québec**
34	**4488 de l'Amour**	**Les sœurs Boulay**	**Français**	**Québec**	**Québec**
35	**La guerre des tuques 3D**	**Artistes variés**	**Français**	**Québec**	**Autre**
36	Hozier	Hozier	Anglais	Autre	Autre
37	Sadnecessary	Milky Chance	Anglais	Autre	Autre
38	Made In The A.M.	One Direction	Anglais	Autre	Autre
39	**Nos idoles pour toujours**	**Les Party People**	**Français**	**Autre**	**Québec**
40	**Sorel Soviet So What**	**Bernard Adamus**	**Français**	**Québec**	**Québec**
41	**Les voix d'or**	**Artistes variés**	**Anglais**	**Autre**	**Québec**
42	Racine carrée	Stromae	Français	Autre	Autre
43	Rebel Heart	Madonna	Anglais	Autre	Autre
44	**Là dans ma tête**	**Marc Dupré**	**Français**	**Québec**	**Québec**
45	Chaos & The Calm	James Bay	Anglais	Autre	Autre
46	Icon	John Lennon	Anglais	Autre	Autre
47	No Place In Heaven	Mika	Anglais	Autre	Autre
48	Furious 7	Artistes variés	Anglais	Autre	Autre
49	**In Extremis**	**Francis Cabrel**	**Français**	**Autre**	**Québec**
50	Muchdance 2016/Danseplus 2016	Artistes variés	Anglais	Autre	Autre

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 9 **Liste des albums québécois les plus vendus[1], Québec, 2015**

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	2	À Paradis City	Jean Leloup	Français	Québec	Québec
2	3	Yoan	Yoan	Anglais	Québec	Québec
3	4	Forever Gentlemen	Artistes variés	Anglais	Québec	Québec
4	5	Roses	Cœur de pirate	Anglais	Québec	Québec
5	6	L'Album du peuple – Tome 10	François Pérusse	Français	Québec	Québec
6	7	Patsy Cline	Brigitte Boisjoli	Anglais	Québec	Québec
7	10	Et maintenant... Bécaud	Mario Pelchat	Français	Québec	Québec
8	11	Les grandes artères	Louis-Jean Cormier	Français	Québec	Québec
9	13	Laisse-moi te dire	Paul Daraîche	Français	Québec	Québec
10	14	Where I Belong	Bobby Bazini	Anglais	Québec	Autre
11	15	Nous autres	2Frères	Français	Québec	Québec
12	17	La Voix III	Artistes variés	Français	Québec	Québec
13	20	Octobre	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
14	21	Talk to Me	Kevin Bazinet	Anglais	Québec	Québec
15	25	22h22	Ariane Moffatt	Français	Québec	Québec
16	26	Love Songs For Robots	Patrick Watson	Anglais	Québec	Québec
17	28	Plus tard qu'on pense	Fred Pellerin	Français	Québec	Québec
18	29	Sun Leads Me On	Half Moon Run	Anglais	Québec	Québec
19	32	Les Années 1992-1995	Les Colocs	Français	Québec	Autre
20	33	Paris tristesse	Pierre Lapointe	Français	Québec	Québec
21	34	4488 de l'Amour	Les sœurs Boulay	Français	Québec	Québec
22	35	La guerre des tuques 3D	Artistes variés	Français	Québec	Autre
23	39	Nos idoles pour toujours	Les Party People	Français	Autre	Québec
24	40	Sorel Soviet So What	Bernard Adamus	Français	Québec	Québec
25	41	Les voix d'or	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
26	44	Là dans ma tête	Marc Dupré	Français	Québec	Québec
27	49	In Extremis	Francis Cabrel	Français	Autre	Québec
28	53	Les plus grandes voix de la chanson française	Artistes variés	Français	Autre	Québec
29	54	Deschampsons	Artistes variés	Français	Québec	Québec
30	55	100% chansons québécoises	Les Party People	Français	Québec	Québec
31	56	Party des fêtes de chez nous	Artistes variés	Français	Québec	Québec
32	57	Le feu de chaque jour	Patrice Michaud	Français	Québec	Québec
33	64	Les années jukebox	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
34	65	Inspiration country	Guylaine Tanguay	Français	Québec	Québec
35	67	Ludovico Einaudi : Portrait	Angèle Dubeau & La Pietà	Autre	Québec	Québec
36	71	Gentleman Crooner	Michel Louvain	Français	Québec	Québec
37	74	C'est mon histoire – Hommage à Renée Martel	Artistes variés	Français	Québec	Québec
38	75	Little Mourning	Milk & Bone	Anglais	Québec	Québec
39	77	Joie d'être gai	Les Trois Accords	Français	Québec	Québec
40	82	Himalaya mon amour	Alex Nevsky	Français	Québec	Québec
41	85	Si l'aurore	Marie-Pierre Arthur	Français	Québec	Québec
42	86	Icon	Beau Dommage	Français	Québec	Autre
43	95	Deuxième acte	Sally Folk	Français	Québec	Québec
44	97	Zulu	Galaxie	Français	Québec	Québec
45	101	Le poids des confettis	Les sœurs Boulay	Français	Québec	Québec
46	103	Can't Forget: A Souvenir of the Grand Tour	Leonard Cohen	Anglais	Québec	Autre
47	104	L'amour, la guerre	Renée Wilkin	Français	Québec	Québec
48	105	Les plus belles chansons d'amour des années 50	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
49	109	Océan	Manu Militari	Français	Québec	Québec
50	111	Merci Serge Reggiani	Isabelle Boulay	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 10 **Liste des albums numériques les plus vendus, Québec, 2015**

Rang	Titre[1]	Artiste[1]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	25	Adele	Anglais	Autre	Autre
2	**À Paradis City**	**Jean Leloup**	**Français**	**Québec**	**Québec**
3	**Les grandes artères**	**Louis-Jean Cormier**	**Français**	**Québec**	**Québec**
4	X	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
5	Fifty Shades Of Grey	Artistes variés	Anglais	Autre	Autre
6	Purpose	Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
7	Drones	Muse	Anglais	Autre	Autre
8	Beauty Behind The Madness	The Weeknd	Anglais	Autre	Autre
9	In The Lonely Hour	Sam Smith	Anglais	Autre	Autre
10	**Roses**	**Cœur de pirate**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
11	If You're Reading This It's Too Late	Drake	Anglais	Autre	Autre
12	**Love Songs For Robots**	**Patrick Watson**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
13	Wallflower	Diana Krall	Anglais	Autre	Autre
14	A Head Full Of Dreams	Coldplay	Anglais	Autre	Autre
15	Smoke + Mirrors	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
16	1989	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre
17	Wilder Mind	Mumford & Sons	Anglais	Autre	Autre
18	Chaos & The Calm	James Bay	Anglais	Autre	Autre
19	**L'Album du peuple – Tome 10**	**François Pérusse**	**Français**	**Québec**	**Québec**
20	Rebel Heart	Madonna	Anglais	Autre	Autre

1. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 11 **Liste des pistes numériques les plus vendues, Québec, 2015**

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Uptown Funk	Mark Ronson feat. Bruno Mars	Anglais	Autre	Autre
2	Cheerleader	OMI	Anglais	Autre	Autre
3	Hello	Adele	Anglais	Autre	Autre
4	See You Again	Wiz Khalifa feat. Charlie Puth	Anglais	Autre	Autre
5	Take Me To Church	Hozier	Anglais	Autre	Autre
6	Lean On	Major Lazer & DJ Snake feat. MO	Anglais	Autre	Autre
7	Thinking Out Loud	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
8	Renegades	X Ambassadors	Anglais	Autre	Autre
9	Love Me Like You Do	Ellie Goulding	Anglais	Autre	Autre
10	Honey, I'm Good	Andy Grammer	Anglais	Autre	Autre
11	FourFiveSeconds	Rihanna & Kanye West & Paul McCartney	Anglais	Autre	Autre
12	I'm an Albatraoz	AronChupa	Anglais	Autre	Autre
13	Sugar	Maroon 5	Anglais	Autre	Autre
14	Take Your Time	Sam Hunt	Anglais	Autre	Autre
15	Can't Feel My Face	The Weeknd	Anglais	Autre	Autre
16	Photograph	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
17	Earned It (Fifty Shades of Grey)	The Weeknd	Anglais	Autre	Autre
18	Shut Up and Dance	Walk The Moon	Anglais	Autre	Autre
19	Want To Want Me	Jason Derulo	Anglais	Autre	Autre
20	Locked Away	R. City feat. Adam Levine	Anglais	Autre	Autre

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Musique diffusée en continu : le chaînon manquant

C'est au printemps 2009 que nous avons, pour la première fois, évoqué la profonde transformation du marché de la musique au Québec[13]. À l'époque, et jusqu'en 2013, cette transformation se caractérisait par la baisse tendancielle des ventes de CD et la croissance de celles des produits numériques téléchargeables. Ces changements s'expliquent par l'adoption progressive de nouvelles habitudes de consommation musicale chez les Québécois, le produit numérique étant moins cher à l'achat et plus pratique pour l'écoute nomade de musique. De plus, la piste numérique permet une consommation à la carte.

Depuis deux ans, l'évolution des ventes de musique révèle que la transformation évoquée en 2009 est en train elle-même d'évoluer. La baisse des ventes de CD se poursuit, mais celle-ci s'accompagne maintenant d'une baisse pour les produits numériques, principalement les pistes numériques. De plus, des données disponibles pour le Canada et les États-Unis indiquent que les revenus générés par la musique diffusée en continu (*streaming*) et le nombre d'écoutes connaissent une croissance importante en 2014 et en 2015. Après le passage à l'achat de biens musicaux numériques, la nouvelle tendance des dernières années est l'abonnement à un service de musique en continu. Les mêmes raisons évoquées plus haut pour le passage aux produits numériques s'appliquent à ce service, soit l'écoute nomade de musique, la consommation à la carte, et le faible coût (autour de 10$ par mois ou gratuit avec de la publicité), en plus de l'accès à volonté à des millions de titres au bout des doigts.

Il existe peu de données statistiques sur les services d'écoute de musique en continu au Québec. Cependant, les données de l'industrie pour les États-Unis et le Canada laissent peu de doutes quant à l'adoption de ces services par une quantité croissante de consommateurs québécois. Dans ces conditions, quelle est la part de la musique québécoise parmi les millions d'écoutes effectuées par les utilisateurs du Québec ? Pour le moment, cette question demeure sans réponse, mais la part actuelle des artistes et des maisons de disques du Québec dans les ventes de produits numériques peut être vue comme un indice de la tendance. Dans l'univers de la musique diffusée en continu, compte tenu des millions de pistes disponibles et du noyau d'utilisateurs précoces, peut-être plus attirés par les artistes non québécois et non francophones, les artistes et les maisons de disques québécois devront faire preuve d'ingéniosité pour se démarquer.

13. FORTIER, Claude (2009). « Au Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique », *Statistiques en bref* n°52, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, novembre, 28 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Numéros déjà parus

Optique culture

46	Les professions de la culture et des communications au Québec en 2011	Février 2016
45	La fréquentation des cinémas en 2015	Février 2016
44	Les acquisitions d'œuvres d'art de musées, entreprises et institutions en 2012-2013 et 2013-2014	Octobre 2015
43	Les ventes de livres en 2014	Septembre 2015
42	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2014	Septembre 2015
41	Enquête sur les ventes québécoises de livres numériques	Mai 2015
40	Les dépenses en culture des municipalités en 2013	Mai 2015
39	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014	Avril 2015
38	Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise depuis 1985	Février 2015
37	La fréquentation des cinémas en 2014	Février 2015
36	Les bibliothèques publiques québécoises de 2002 à 2012. Comparaisons internationales et évolution récente	Février 2015
35	Les ventes de livres de 2009 à 2013	Septembre 2014
34	Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène	Septembre 2014
33	Les dépenses culturelles des municipalités en 2012	Juin 2014
32	La fréquentation des institutions muséales en 2012 et 2013	Mai 2014
31	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013	Avril 2014
30	La fréquentation des cinémas en 2013	Février 2014
29	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2010-2011 et 2011-2012	Novembre 2013
28	La fréquentation des arts de la scène en 2012	Septembre 2013
27	Les ventes de livres de 2008 à 2012	Juillet 2013
26	Le développement de pratiques culturelles chez les enfants Analyse de données de l'*Étude longitudinale du développement des enfants du Québec*	Juillet 2013
25	Les dépenses culturelles des municipalités en 2011	Mai 2013
24	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2012	Mai 2013
23	Les artistes en arts visuels québécois : un aperçu statistique	Mai 2013
22	La fréquentation des cinémas et ciné-parcs en 2012	Mars 2013
21	La fréquentation des arts de la scène en 2011	Septembre 2012
20	Les danseurs et chorégraphes québécois : un aperçu statistique	Juillet 2012
19	L'évolution des dépenses culturelles des ménages québécois, de 1997 à 2009	Mai 2012
18	Les dépenses culturelles des municipalités en 2010	Mai 2012
17	La fréquentation des institutions muséales en 2011	Mai 2012
16	Dix ans de statistiques sur le marché de l'enregistrement sonore au Québec	Mai 2012
15	Le marché du vidéogramme en 2011	Avril 2012
14	La performance financière de certaines industries culturelles au Québec de 2005 à 2009	Mars 2012
13	Projections numériques : 45 % de l'assistance des cinémas en 2011	Mars 2012
12	L'emploi salarié dans certaines industries de la culture et des communications, de 1991 à 2010	Novembre 2011
11	Les ventes d'albums québécois de nouveaux artistes	Octobre 2011
10	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2009-2010	Septembre 2011
09	Dix ans de ventes de livres	Septembre 2011
08	La fréquentation des arts de la scène en 2010	Septembre 2011
07	Les parts de marché du livre édité au Québec en 2009	Juin 2011
06	Vente d'enregistrements sonores en 2010 : renforcement des tendances	Juin 2011
05	Les dépenses culturelles des municipalités en 2009	Mai 2011
04	La fréquentation des institutions muséales en 2010	Mai 2011
03	Les écrivains québécois : un aperçu statistique	Mai 2011
02	Les distributeurs de livres en 2008-2009	Avril 2011
01	L'assistance aux films québécois sous la barre de 10 %	Février 2011

OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture.

Pour tout renseignement
Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177
claude.fortier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN : 1925-4199 (version imprimée)
ISSN : 1925-4202 (en ligne)
2e trimestre 2016
© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut de la statistique Québec